我国图书馆传统文化阅读推广研究现状与分析*

■ 郭文玲
郑州大学图书馆 郑州 450001

摘要：[目的/意义]分析图书馆传统文化阅读推广研究的现状、热点与存在的问题，对于图书馆有效地开展传统文化阅读推广活动具有重要意义。[方法/过程]基于传统文化概念的界定，采用关键词词频统计和共现网络分析方法，系统梳理图书馆传统文化阅读推广研究的现状，并通过内容分析，从推广主体、推广内容、推广对象以及推广手段分析图书馆传统文化阅读推广研究的主要议题。[结果/结论]图书馆传统文化阅读推广研究整体呈增长态势，同时存在一定差异。当前的研究热点是图书馆的使命与责任、传统文化阅读推广意义、推广策略、传统文化的阅读方法和阅读内容以及传统文化阅读推广存在的问题。针对现有研究的局限与不足，提出未来研究应该从读者、传统文化和图书馆相结合的 3 个维度进行思考，从读者的阅读兴趣出发，研究传统文化的阅读资源、传统文化的阅读指导以及传统文化的阅读形式。

关键词：图书馆 传统文化 阅读推广
分类号：G250
DOI：10.13266/j.issn.0252-3116.2019.16.013

中国传统文化是中华民族智慧的结晶，是中华民族赖以生存和发展的文化根基。习近平总书记特别重视中国传统文化，从中汲取了许多治国理政智慧，在实现中国梦和推进中国特色社会主义的高度上来看待中国传统文化，认为中华优秀传统文化是中华民族的精神家园，是国家繁荣富强的根与魂，对于树立正确的世界观、人生观、价值观有着重要作用，有着世界性的文化意义[1-2]。中共中央办公厅、国务院办公厅于 2017 年 1 月 25 日印发的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》指出：“随着我国经济社会深刻变革、对外开放日益扩大、互联网技术和新媒体快速发展，各种思想文化交流交融交锋更加频繁，迫切需要深化对中华优秀传统文化重要性的认识，进一步增强文化自觉和文化自信；迫切需要深入挖掘中华优秀传统文化价值内涵，进一步激发中华优秀传统文化的生机与活力。”“要加大传统文化的宣传教育力度，充分发挥图书馆、文化馆、博物馆等公共文化机构在传承发展中华优秀传统文化中的作用。”[3]该意见强调传承中国优秀传统文化的重要性和紧迫性，并明确要求图书馆等公共文化机构重视传统文化，加强传统文化的宣传推广。党的十九大报告进一步提出要深入挖掘中华优秀传统文化蕴含的思想观念、人文精神、道德规范，结合时代要求继承创新，让中华文化展现出永久魅力和时代风采[4]。重点强调传统文化的传承与发展，继承与创新。宣传推广传统文化是时代赋予图书馆的使命与责任。目前，传统文化阅读推广还没有引起图书馆界的足够重视，研究成果缺乏对图书馆传统文化阅读推广研究现状的梳理与总结。本研究在对中国传统文化进行概念界定的基础上，通过关键词词频统计、共现网络分析和内容分析方法对图书馆传统文化阅读推广研究进行文献回顾，以分析图书馆传统文化阅读推广研究的现状，探析图书馆传统文化阅读推广研究的主要议题，为图书馆传统文化阅读推广研究与实践提供参考及启示。

1 中国传统文化与图书馆传统文化阅读推广概念界定

1.1 中国传统文化概念

因文化学家对文化的理解不同，致使中国传统文化的概念与内涵也有众多不同。自 20 世纪 80 年代以

* 本文系国家社会科学基金项目“中国礼文化传播与认同建构研究”（项目编号：16BXW044）和河南省教育厅人文社科项目“习近平中国传统文化观视野下的图书馆阅读推广应用研究”（项目编号：2018-ZZJH-516）研究成果之一。
作者简介：郭文玲（ORCID：0000-0003-3607-9630），副研究馆员，E-mail：wl-guo@163.com。
收稿日期：2018-11-09 修回日期：2019-02-08 本文起止页码：121-131 本文责任编辑：王传清

来,研究中国传统文化的论著很多,但究竟什么是中国传统文化却没有一个明确的、清晰的概念。多数研究从范围、内容、特征、功能、核心理念以及人文精神等方面阐释中国优秀传统文化,为人们理解和研究中国传统文化提供了有益的帮助与借鉴。朱耀庭从范围上进行了界定,认为中国传统文化是我国的古代文化,即 1840 年鸦片战争以前的文化[5]。楼宇烈从内容上进行了界定,认为中国传统文化主要有儒、释、道三教组成,三者都提倡人们要反省自求、提升自我[6]。黄高才认为中国传统文化即为中国优秀传统文化,是中华民族世世代代所继承发展的、具有鲜明民族特色、历史悠久、博大精深的、传统优良的文化[7]。李宗桂认为中国优秀传统文化是中国传统文化的精华所在、精神所在、气魄所在[8]。张岱年认为虽然文化包含有多层次、多方面的内容,但中国传统文化的核心是中国传统哲学,主要是其中的世界观、价值观和思维方式[9];要弘扬中国传统文化的优良传统,首先要弘扬中国传统哲学中的优良传统,中国传统哲学的范围是从周秦到明清时代,中国传统哲学的四大优良传统是唯物主义和无神论、辩证思维、人本思想、爱国主义[10]。张岂之认为中国优秀传统文化的基本理念是天人之学、变易之学、会通之学[11]。钱穆认为中国传统文化"尚和平""和平文化中自有一番奋斗精神之壮旺不衰"[12],故中国传统文化是和文化,是自强不息的奋斗文化。

综上所述,研究者从不同角度诠释了中国传统文化的本质与精髓,论述了中华民族精神的核心内容是"自强不息,厚德载物"[10]。笔者认为中国传统文化的内涵包括如下 3 个方面:①大致范围,包括时间和空间。②主要内容,包括核心理念、道德精髓和人文精神。③相对于西方文化所独有的成分。传统文化的提出背景就是与西方文化相对,因此,中国传统文化必须是中华民族特有的。笔者认为要弘扬的中国传统文化就是中国优秀传统文化,是生活在中国大地上的中华民族及其祖先创造的从先秦到明清时代的古代文化,代表着中华民族独特的精神标识、核心理念、优秀道德传统、崇高人文精神,它是中华民族看待世界、看待社会、看待人生的独特价值体系和思想体系。

1.2 图书馆传统文化阅读推广概念

纵观我国近现代图书馆的产生和发展,大致经历 3 个历史阶段:一是从封闭到开放;二是从对部分人开放到对全社会普遍开放;三是从被动的接受服务到主动的推广服务。图书馆的服务,也经历了 3 个不同的阶段:一是文献服务,即传统的图书馆服务,如外借、阅览;二是信息服务,如参考咨询、信息检索等;三是阅读推广,阅读推广是主动服务,综合文献服务和信息服务,通过多种多样的活动和手段将文献和信息推送到读者身边[13]。图书馆传统文化阅读推广就是图书馆针对传统文化的服务促进与推广,是图书馆通过活动或其他手段将传统文化的文献与信息主动呈献给读者的服务。图书馆作为文献的收藏地和高校的第二课堂,传统文化阅读推广的主要任务就是宣传推广对大学生精神成长具有启迪意义的中国传统文化经典,激发大学生阅读中国传统文化经典的兴趣,调动其阅读积极性,启迪他们树立正确的世界观、人生观和价值观。

2 研究概述

2.1 研究方法

为全面了解我国图书馆传统文化阅读推广的研究现状,比较准确地把握研究主题,笔者利用所在学校图书馆的学术辅助分析系统"搜递"(该系统涵盖 CNKI、超星、万方等数据库)采集文献数据并对文献数据进行分析。以"图书馆"+"传统文化阅读推广"为检索词,登录"搜递"系统进行检索,登录时间为 2018 年 9 月 10 日。系统经过去重、筛选,共检索到文献 366 篇,每篇文献包含题目、作者、出版物、年份、关键词、摘要、获得途径等数据,并对 366 篇文献进行可视化分析,重点是根据高频关键词对相关文献内容进行阅读总结分析。

2.2 数据分析

本研究根据"搜递"系统所做的可视化分析,选取发文频道、期刊学术发展趋势、高频关键词对图书馆传统文化阅读推广研究现状进行分析。

2.2.1 发文频道　图书馆传统文化阅读推广的研究成果最多的是期刊论文,占 59.8%,排在第二的是信息资讯 20.2%,表明图书馆传统文化阅读推广有一定的影响力,引起了新闻媒体的关注。排在第三的是年鉴和学位论文,分别占 8.19% 和 5.46%,科技成果和案列分析较少,说明图书馆传统文化阅读推广研究尚处于起步阶段,图书成果中只有吕梅主编的《最爱是童谣》,其余 3 本著作只是少部分内容涉及图书馆传统文化阅读推广,见图 1。

2.2.2 期刊学术研究成果　期刊论文作为学术交流体系中一种居核心地位的文献形式,能够较为有效地反映该学科或领域的研究动态。图 2 显示,2009 年开始有相关研究成果,2010 年出现一个小高峰,随即比

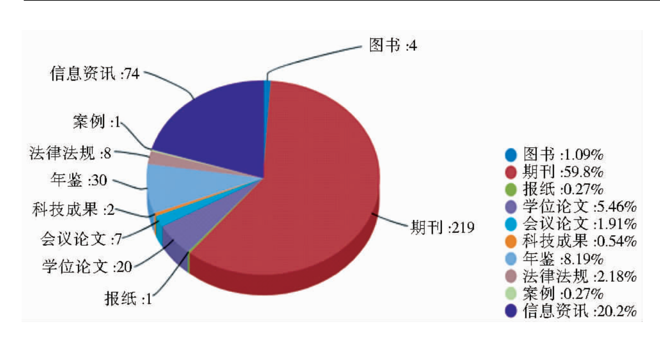


图 1 2009-2018 年图书馆传统文化阅读推广研究发文频道统计

较沉寂,2014 年又呈现出一个研究高峰,2015 年比较低迷,2016 年、2017 年研究进入相对繁荣阶段,2017 年论文数量达 65 篇,研究总体呈增长上升态势。该研究与如火如荼的图书馆阅读推广研究(见图 3)和我国整个传统文化研究(见图 4)相比,研究较为薄弱,需进一步加强。图书馆阅读推广研究从 2009 年开始一直呈稳步上升趋势,2012 年之后,每年的论文数量都成倍增长,2017 年达到 2 364 篇,论文数量

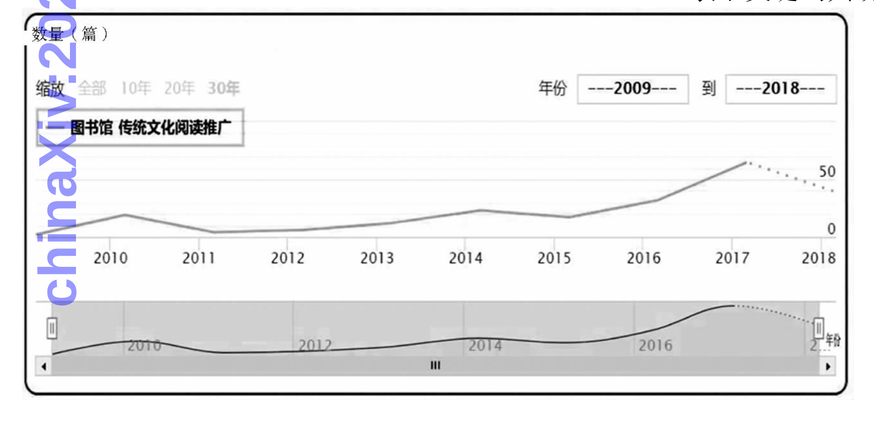


图 2 图书馆传统文化阅读推广研究期刊论文年度分布统计

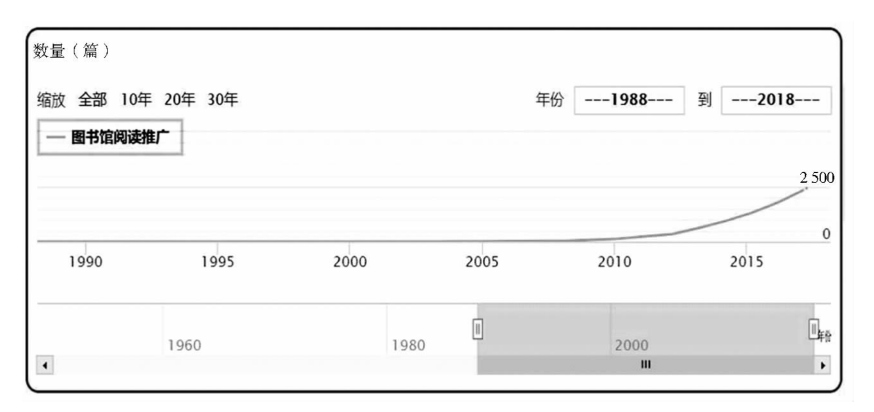


图 3 图书馆阅读推广研究期刊论文年度分布统计

是传统文化阅读推广研究期刊论文数量的 36 倍(见图 3)。传统文化研究从 2009 年以后呈现出直线上升趋势,2016 年突破 60 000 篇,2017 年论文数量为 68 890 篇,达到峰值,是图书馆传统文化阅读推广研究期刊论文数量的 1 043 倍(见图 4)。

2.2.3 高频关键词 为了直观把握图书馆传统文化阅读推广的研究热点并了解不同研究主题与中心议题之间的关联,笔者利用关键词共现矩阵生成可视化共现网络,圆点的大小表示关键词共现的频数,圆点越大

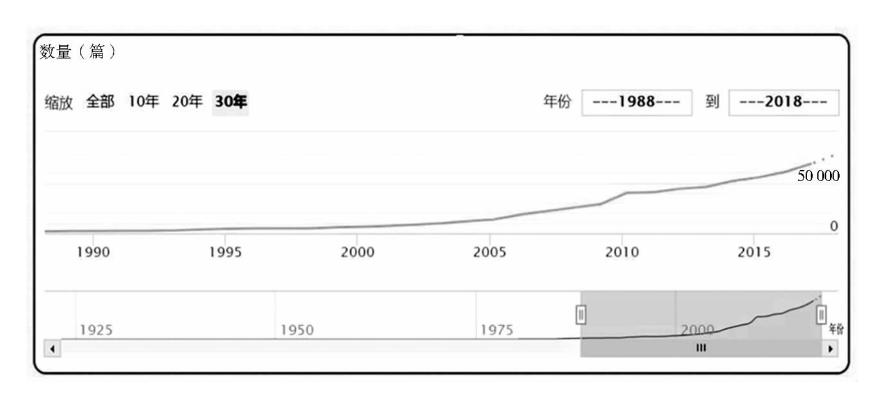


图 4 传统文化研究期刊论文年度分布统计

表示关键词共现的次数越多;直线的长短表示关键词与中心议题之间的相关度,直线越短表示相关度越大(见图 5)。图 5 中,关键词频数分别为:公共图书馆 36、高校图书馆 33、传统文化 22、全民阅读 21、经典阅读 20、阅读 9、推广 7、中国传统文化 6、文化自信 6、文化传承 5、儿童阅读 5、新媒体 5、中国图书馆学会 5、创新 4、存在问题 4。根据关键词阅读相关文献,发现:图书馆传统文化阅读推广研究集中在公共图书馆和高校图书馆两个领域,两类图书馆的阅读推广各有所侧重,公共图书馆主要是全民阅读和儿童阅读,高校图书馆主要侧重大学生经典阅读行为和新媒体阅读推广;研究热点呈现五大研究主题,即图书馆的使命与责任、传统文化阅读推广意义、传统文化阅读推广的创新策略、传统文化的阅读方法与阅读内容、图书馆传统文化阅读推广存在的问题等。

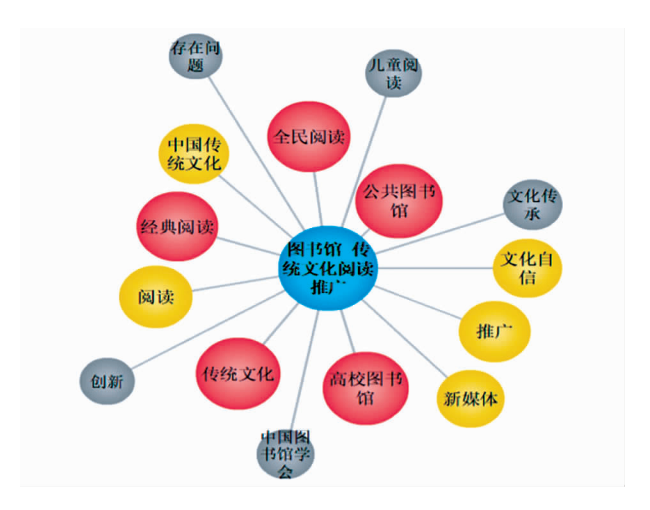


图 5 高频关键词共现网络图谱

3 研究热点分析

3.1 传统文化阅读推广中图书馆的使命与责任

3.1.1 传统使命 图书馆作为人类文明进步的历史产物，其价值就在于它所承担的社会责任与使命。它系统收集、保存与组织文献信息，凝聚着真、善、美，汇聚了人世间最宝贵的精神财富，启迪着人们的智慧，提升着人们的精神境界，肩负着推动文明进步的社会职责和历史使命[14]。图书馆作为文献信息中心，有着丰富的传统文化资源，能够为人们提供较为全面和系统的传统文献服务，理应担负起传承、弘扬中华优秀传统文化的职责，发挥好图书馆资源、平台、人才、空间等优势，大力推动传统文化阅读推广的研究与实践探索[15-16]。杜定友早在 20 世纪 20 年代出版的《图书馆通论》[17]一书中就明确指出：①文化应该宣传推广。"文化不能自动，必赖人以动之。仅知保存而不宣传，则文化永静而不动，无进步可言"，图书馆应该宣传推广文化。②图书馆是宣传文化的最佳机构。"因势乘会，事半功倍""宣传文化之所，莫善于图书馆"，图书馆有着得天独厚的条件，是最合适的文化推广机构。③宣传推广中国传统文化。"我国文化启迪最早，书籍之浩繁亦为世界之冠"，且"今日西方之文化渐渐东侵，而欲夺我固有之文化"之时，图书馆应该加强"宣传中国文化于世界，使世界知我国文化之盛"。推广中国传统文化是图书馆的传统使命。

3.1.2 时代责任 2017 年 11 月 4 日出台的《公共图书馆法》指出："公共图书馆是社会主义公共文化服务体系的重要组成部分，应当将推动、引导、服务全民阅读作为重要任务。""公共图书馆应当通过开展阅读指导、读书交流、演讲诵读、图书互换共享等活动，推广全民阅读。"[18]国家以法律的形式，明确规定了图书馆的重要任务是推动、引导、服务全民阅读，将阅读推广作为图书馆的法律义务。而传统文化是图书馆阅读推广的重要内容。因此，传统文化阅读推广是图书馆应尽的法律义务与责任。十八大以来，中国传统文化受到党和政府的高度重视，2017 年 1 月 25 日中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》要求：要加大传统文化的宣传教育力度，充分发挥图书馆、文化馆、博物馆等公共文化机构在传承发展中华优秀传统文化中的作用。这是国家第一次以中央文件形式专题阐述传统文化传承发展的重要意义和明确目标，到 2025 年，中华优秀传统文化传承发展体系基本形成，研究阐发、教育普及、保护传承、创新发展、传播交流等方面协同推进并取得重要成果。传统文化阅读推广是党和政府交给图书馆的重要任务，也是时代赋予图书馆的使命与责任。图书馆应该充分发挥文化中心、信息中心和学习中心的地位与作用，充分利用图书馆传统文化典籍完备的天然优势，将对传统文化阅读推广与践行社会主义核心价值观、培育大学生健康心理、提升文化自信等结合起来，做传统文化经典阅读的引导者、承担者[19]。

3.2 传统文化阅读推广意义

3.2.1 传统文化自身的价值 人之所以为人是由于"人文化成""人当于历史文化中完成我"，完善"我"之人格，中国传统文化中具有浓厚的理性主义和人文精神，重视个人修养和道德实践，具有重要的成人意义[20-21]。中国传统文化博大精深，包括睿智的哲学思想、完善的社会道德体系、辉煌的文学艺术成就、独特的语言文字形态、浩瀚的文化文献典籍、多彩的地域传统文化、丰富的民族民俗民风、神奇的中国医学中医药、萌生最早并曾领先世界的科学技术等，它是中华民族的根与魂，是中华民族的精神家园，在其漫长的发展历程中对炎黄子孙产生了深刻而深远的影响[22]。中国优秀传统文化是中华民族几千年文明智慧的结晶，蕴含着浓郁的人文关怀，包含着天人合一的生命意识、刚健自强和积极进取的人生态度、宽厚仁爱的道德追求、内圣外王的君子人格，有着现代社会最需要的优秀道德伦理品质，是指引人们追求真、善、美的一盏明灯。在当下盛行快速阅读、浅阅读、碎片化阅读的时代，传统文化经典阅读能够丰富读者的想象力、激发读者的创造力，培养读者专注、重思考、重理解的深度阅读品质，培养内省、仁爱和谦逊等重要美德，能够开启心智、滋养心灵、提升境界，强有力地对抗现代科技社会的纷

繁与喧嚣。传统文化有益于人们精神与心灵的成长,有助于人格的完善,有助于人们对社会、他人和自我的正确认识,从而提升整个民族的文化素养,是图书馆应当优先考虑的阅读推广内容[23-25]。

3.2.2 国民阅读状况 美国著名黑人领袖马丁·路德说过:"一个国家的繁荣不是取决于国库之殷实,不取决于城堡之坚固,也不在于公共设施之华丽,而在于公民的文明素养"[26]。长期以来,在国民阅读的内容中,传统经典阅读不被重视,基础教育阶段的推荐书目中,传统经典比重明显偏少,国内著名高校的图书馆网站图书借阅排行榜的统计数据显示,排在前列的几乎没有经史子集、四大名著等中国古代典籍,排在前10位甚至前100位的图书中都难以见到中国古典诗词的影子[27-29]。种种现象表明:①消费主义、娱乐主义和网络技术的影响,"90后"们在集体无意识的浮躁心态和日新月异的信息技术诱引下,成了在信息汪洋中迷航的冲浪人,失去了跋涉书山学海的传统阅读精神。②现代生活节奏快、压力大,能静下心来阅读的时间很少,即使以读书为主业的青少年,也因为繁重的课业、升学、就业压力,不得不将阅读的重心转向功利性阅读。③对经典的改编和解构,使其丧失了原本的价值甚至走向低俗化,使得人们逐渐地疏离了经典。④西方文化的强势推进,使得今天的国人懂得自己民族文化精髓的越来越少。图书馆回归传统经典,推广传统文化,让青少年们从传统经典中吸取民族文化的精神,追本溯源,让自己的精神有所依托,从而提高整个民族的文化素养势在必行,也是图书馆实现其教育功能、体现阅读推广真正价值与使命的重要途径[30-33]。

3.3 传统文化阅读推广策略

3.3.1 合作策略 跨界合作、跨部门合作已成为图书馆界传统文化阅读推广的共识。传统文化博大精深,也往往艰涩难懂,图书馆要想深入开展阅读推广需要传统文化的专业人才,仅凭图书馆现有的人才储备是难以完成的,需要打出"组合拳",积极探索多途径的文化传播模式,争取利用各自优势,合作共赢。古诗词吟唱公开课作为古老书院与现代图书馆结合的文化产物,是图书馆创新传统文化服务形式的有益探索。黑龙江省图书馆自2015年7月起联合黑龙江大学博士生导师刘冬颖教授共同开设古诗词吟唱公开课,课程以古诗词文献为阅读推广根基,利用公众喜闻乐见的活动形式在龙江大地上传承、传播诗教,唱响礼乐,课程与活动相结合,线上与线下活动相呼应,提高社会公众对传统文化的认知与兴趣,促进全民经典阅读,为弘扬中华优秀传统文化做出积极的贡献[34]。

3.3.2 归属策略 地域文化是传统文化的一部分。结合本校学科建设、依托馆藏资源,研究宣传具有本地特色的传统文化,打造图书馆阅读推广的地域特色和个性化服务空间,让读者了解家乡优秀文化,可以增强归属感和自豪感。地域文化阅读推广中,各馆注重立足本地文化元素开展多种形式的阅读推广,如北京图书馆开展的"名家带你逛北京"活动,由知名学者带领百姓游览北京历史名胜古迹、名人故居,促进百姓深入了解北京历史,加强对社会科学、文史书籍的阅读。沈阳师范大学图书馆先后开展了"奉天烽火·盛京记忆""满清文化"等具有明显地域文化特色的阅读推广活动,将校园阅读与社会阅读紧密结合,地域文化阅读与图书馆文献阅读紧密结合,有效拓展了图书馆传统文化阅读推广的路径。天津职业技术师范大学图书馆的"天津文化艺术特色数据库"、运城学院图书馆的"河东文化专题数据库"、内蒙古科技大学图书馆的"内蒙古阴山文化特色数据库"和镇江高等专科学校图书馆的"镇江文化专题数据库"等,为阅读推广提供了本地文化资源的网络平台[35]。

3.3.3 时尚策略 对经典的推广,无论多么强调经典的意义,都不如发掘经典的时代价值,点燃读者的阅读兴趣。图书馆传统文化馆藏资源丰富,可是有不少书籍躺在架子上多年无人问津。多数图书馆采用简单、直白的阅读推荐方式同样无人理会,但读者对富有创意的阅读推荐倍加赞赏。如重庆大学图书馆将传统经典推广与时尚流行形式相结合推出的微博阅读推广栏目"《琅琊榜》里你不得不看的那些书",将热播电视剧《琅琊榜》与传统经典阅读推荐相结合,先叙述剧中人物的阅读书籍,再介绍该书的馆藏信息,将《史记》《淮南子》《神农本草经》《黄帝内经》等一类中国传统经典图书自然地推荐给了读者,受到读者的喜爱和欢迎,微博上引发了众多读者点赞与评论[36]。重庆大学图书馆的传统文化阅读推广值得推荐:①传统文化经典与新媒体相结合,采用读者喜欢的微博进行推广,引发互动与交流;②传统文化经典与时尚流行相结合,把热播电视剧与阅读推广完美自然结合,使得传统文化经典焕发出时代的生机,引起了读者的广泛关注与兴趣。

3.3.4 场景策略 图书馆拥有丰富的传统经典文献和良好阅读环境,将传统经典文献集中存放展示,打造传统文化阅读空间,并围绕传统经典文献开展相关的阅读推广活动,可以放大推广效果,营造传统文化的阅读氛围,增加读者的亲近感和感受度,让读者在潜移默

化中受到传统文化的熏陶,激发读者阅读传统文化的积极性。深圳图书馆 2013 年创建的"南书房"经典阅读空间,集阅读引领、思想交流与图书馆服务宣传展示等功能于一体,"扬经典阅读之风,弘优秀文化之善",取得了显著的推广效果[37]。同济大学图书馆的"闻学堂"是由同济大学宣传部与图书馆共同创建的中华传统文化传承基地,集传统文献借阅、展示、研讨三项功能于一体,通过展览、互动、体验并结合传统的阅读、交流、讲座等形式,在图书馆内搭建全新多维的传统文化阅读教育平台,为读者营造传统文化专题阅读交流空间[38]。根据心理学中的曝光效应,人们对于熟悉的事物,对于经常接触的东西会产生好感而非厌恶,即使这种接触是下意识的[39],也就是说外界的刺激可以促进阅读行为、阅读习惯、阅读兴趣的形成与改变,图书馆打造传统文化阅读空间为读者创设了一个良好的传统文化学习环境,对读者进行熏陶、启迪、激发兴趣是行之有效的方法,值得推广。

3.4 传统文化阅读内容和阅读方法

阅读调查显示,"不知道读什么"和"如何读"是大多数读者在传统经典阅读中的最大困惑,传统经典"难读"是大多数读者的普遍感受,因此,阅读方法和阅读内容的引导和指导就显得尤为重要[40]。

3.4.1 阅读内容 图书馆应在深入调查和认真分析阅读对象知识结构、接受能力的基础上,针对不同身份和年龄的读者群设计不同的传统经典阅读活动;根据读者的阅读状况和年龄特点提供相应的经典阅读方法的指导,编制出适合不同读者群阅读的传统经典书目。经典书目的选择要遵从以下标准:①经典是民族与国家的文化精髓,能够集中反映其文化本质和文化精神的作品。②经典具有独特性和代表性,是难以复制和模仿的。③经典是经得起历史、时间检验的产物。要选择那些代表着中华民族独特的精神标识,蕴含着优秀的思想精华和道德精髓,以爱国主义为核心的民族精神和改革创新为核心的时代精神的经典著作[41]。名家推荐书目影响较大的,有胡适的《一个最低限度的国学书目》、梁启超的《最低限度之必读书目》、朱自清的《经典常谈》、张舜徽的《初学求书简目》、钱穆的《文史书目举要》等中国文化基础书目。钱穆认为《传习录》《近思录》《六祖坛经》《庄子》《老子》《孟子》《论语》七部书是中国人人必读的书[42-44]。王余光认为中国传统经典推荐书目大致可分为 8 类:四书五经、前四史与《资治通鉴》、先秦诸子、其他子部书、唐宋诗文、其他诗文、古典小说及其他[45]。推荐书目对于历代中国读书人而言,是重要的向导和忠告,是先行者的经验总结,是智慧者的人生体验,图书馆应尽可能多的引入大师及专家学者的推荐书目,尽量保持中立,重点做好图书的内容挖掘与推介,到底读什么? 将选择权交给读者[46]。

3.4.2 阅读方法 图书馆传统文化阅读推广应该更多地关注阅读方法和阅读内容,针对传统经典的特点,挖掘出经典的知识价值、审美价值、教育价值和文化价值,进行经典名著导介和阅读方法的指导[47]。一要注重文本差异。吴宓认为哲学是汽化的人生,诗是蒸馏(液化)的人生,小说是固化的人生,戏剧是爆炸的人生。阅读不同的作品,要用不同的方法。读唐诗、宋词,要"慢品",要"浅斟低酌""密咏恬吟";读戏剧,要"入戏",让"爆炸"在自己身上发生,体验现场震撼的感觉。二要回归原典。鉴于目前多数读者接触传统经典的途径是电视、电影、动画等作品,建议阅读传统经典要回归文本,读原著原典,不要只读阐释本或解读本,只有回归原著原典,才能读出经典的真正意蕴[48-49]。三要尊重个体差异,读出自己的人生。伍尔芙在《关于读书的自由与限制》一文中指出:假使容许那些权威——无论他们多么显赫——进入我们的图书馆,让他们来告诉我们怎样读书,读什么样的书,进而对我们所读的东西进行评价,这样做便扼杀了书之圣殿的自由精神,而自由精神恰恰是图书馆的生命所在[50]。图书馆要树立阅读自由的观念,不能人为地规定什么是好书、什么是坏书,读书的最终选择权在读者,图书馆员不能越俎代庖。让读者不要为自己设立读书禁区,不要管什么大家、名家或哪级领导、什么机构关于好书的指引,也不要相信必读书目之类的结论,要相信自己的判断,读出自己的独特感悟,读出自己的人生[51]。

3.5 传统文化阅读推广存在的问题

3.5.1 推广内容不够丰富 传统文化阅读推广工作还没有引起图书馆界的足够重视,阅读推广效果欠佳,有推荐书目却没有指导意义,有专家解读却没有参考价值,有阅读活动却没有实际帮助。多数图书馆编制出来的推荐书目很多内容是一样的,将公认的经典著作一一罗列,不考虑读者需求和阅读基础的不同,也不考虑读者的性格、年龄与兴趣的差异,这一类型的导读书目大多相似,千篇一律;还有许多图书馆会邀请著名教授、学者推荐导读书目,推荐者虽然德高望重,但是所推荐的书目往往反应的是他们自己的关注点和志趣,对于大部分读者缺少实际的参考价值和吸引力,读

郭文玲.我国图书馆传统文化阅读推广研究现状与分析[J].图书情报工作,2019,63(16):121-131.

者尝试之后,感觉难度过大,遂望而却步[52-53]。不少图书馆开展了传统文化阅读推广活动,但是大部分活动缺乏实质性内容,没有说服力,受活动感染者寥寥,致使读者不知道图书馆有哪些传统文化资源?不知道传统文化资源中有什么时代意义与当代价值?不知道传统文化资源对自己的成长有什么帮助?[54-55]

3.5.2 推广对象不够普遍 目前,图书馆传统文化阅读推广关注的焦点是活动,推广的对象即那些愿意参加活动的读者,而愿意参加活动的读者永远都是少数,现实中经常见到这样的现象:图书馆阅读推广活动已经做好了各种媒介的宣传,各项工作也正常进行,可是偌大的一个校园,众多的高校学生,主动参与的人却寥寥无几。耗资巨大,表面上看起来轰轰烈烈,热热闹闹,但是针对人群较单一,只面向少数读者。忽视了没有参加活动的庞大的读者群体,没有照顾到他们的阅读需求。许多读者认为传统文化卷帙浩繁,一般人入手会感觉非常茫然,图书馆缺乏客观、中立的指导性、介绍性书目评论,希望不要只搞活动,应该有常态化的指导书目介绍,让读者了解图书馆的传统文化资源有什么。要充分尊重读者阅读时对宁静与隐私的需求,更多地设计服务型、非干扰型的面向全体读者的阅读推广项目[56-59]。

3.5.3 推广形式不够多元 图书馆传统文化阅读推广形式以纸质文献为主,以讲座、展览展示、读书会、知识竞赛等方式为补充,不重视碎片化阅读,缺乏以分享交流为主体的、注重读者的阅读需求、可接近性、开放性的"微推广",而以微博、微信为代表的微传播几乎挤占了读者的所有碎片时间,深刻影响着读者的阅读方式,图书馆传统文化阅读推广将经典与微阅读对立,认为微阅读是浅阅读,导致对微媒体的忽视。读者对整体活动兴趣不大,缺乏认同感,很难扩大读者群体。图书馆传统文化阅读推广应该注重资源与微媒体的融合,致力于促进知识流通,创新交流环境,注重提升多元素养和激发社群活力[60-61]。

3.5.4 推广主体不够专业 阅读推广的深度与广度,与阅读推广主体的知识结构与学术眼光紧密相关,但目前图书馆传统文化阅读推广专业性人才明显缺乏。图书馆在招聘录用馆员时多偏向于数字技术、图书馆学、情报学、管理学等相关专业,普遍缺乏传统文化阅读推广的专业人才。虽然有的图书馆经典活动富有创意,并具有品牌效应,但对于大多数图书馆来说,图书馆员在引领经典阅读活动中缺乏主动意识和专业能力,往往习惯于图书展览、讲座等常规方法。馆员阅读、推荐与评论活动未受到应有的重视,多数馆员不知如何向读者推介一本书,不知如何从读者需求、阅读指导、语言文字等角度向读者推荐书目。因此,图书馆应树立经典学科馆员的意识,培养图书馆员热爱经典、鉴赏经典的能力,建设一支专业化的传统文化阅读推广队伍[62]。

4 思考与展望

国内学者对图书馆在传统文化阅读推广中的使命与责任、传统文化的阅读推广意义、传统文化阅读推广策略、传统文化的阅读内容与阅读方法以及图书馆传统文化阅读推广存在的问题等都进行了较为深入细致的研究,这些研究对于今后的实践与研究都具有十分重要的借鉴和指导意义。而整体看,图书馆传统文化阅读推广研究存在以下问题:①没有引起足够的重视。目前,传统文化受到各界人士的广泛关注,尤其是近年来,传统文化已经成为媒体和文化研究领域的热点,被越来越多的主流媒体提及,人民日报、新华网等发表的传统文化文章越来越多,央视和各大省级卫视关于传统文化的节目也越来越多,学术界关于传统文化传播与推广的研究,更是呈现出明显的增长趋势[63]。相比之下,图书馆传统文化阅读推广研究就显得冷清与不足。②理论研究匮乏。很少有学者关注中国传统文化的理论精髓与思想源泉[64],研究缺乏对传统文化概念的界定;缺乏对图书馆传统文化阅读推广任务的研究;缺乏图书馆传统文化阅读推广的定位研究,在我国整个传统文化阅读推广大环境下的定位和图书馆阅读推广中的定位研究;缺乏图书馆传统文化阅读推广体系研究。笔者认为今后应该重视图书馆传统文化阅读推广的研究,加强理论研究,从读者、传统文化和图书馆相结合的角度思考图书馆传统文化阅读推广,如图6所示:

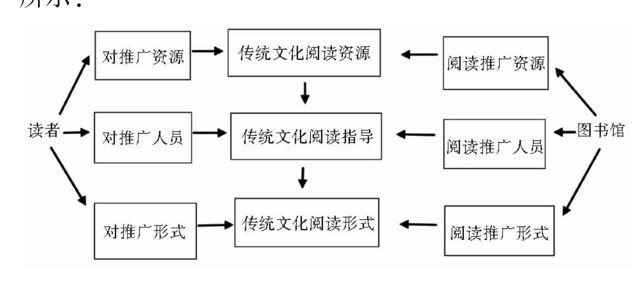


图6 图书馆传统文化阅读推广的3个维度

4.1 传统文化阅读资源

如何丰富图书馆传统文化阅读推广资源?文献信息资源是图书馆开展经典阅读推广的重要保证,如何

从浩如烟海的文献中筛选堪称经典的文献、构建经典文献资源库，是图书馆在传统经典阅读推广中的首要任务。笔者建议：①资源的可读性研究。坚持习近平总书记关于传统文化的“创造性转化和创新性发展”的双创原则，注重挖掘传统文化的当代价值与时代意义，研究传统文化的内涵、理论精髓，进行经典的再创造，丰富馆藏资源。从多角度、多学科去挖掘传统文化的价值与魅力，如中国传统经典与外国经典的比较研究，从心理学、教育学角度研究中国传统文化，发掘传统文化的当代价值与时代魅力。马克思说，“任何哲学都是自己时代精神的精华”“人民最精致的、最珍贵的和看不见的精髓都集中在哲学思想中”[65]。因此，要注重中国传统哲学研究与推广。如蔡志忠以漫画形式将中国传统哲学与文学做了史无前例的再创造，从1986年之后出版了诸子百家漫画系列，深受读者的喜爱。②资源的丰富性研究。在当前全媒体环境下，数字阅读对图书馆的冲击很大，近年来，国内图书馆门庭冷落、读者流失已是不争的事实。图书馆要改革创新，积极探索文献资源建设的新路径，应加强传统文化资源建设研究，构建传统文化专题数字资源库，为读者提供高质量的数字资源。一是多方参与。一方面梳理已有的馆藏资源，有系统、有组织地开发整理；另一方面可以面向全社会公开征集相关文献、照片、手稿、实物、口述等资料，促进民间公益性阅读组织参与图书馆传统文化阅读推广，研讨资源共享、资源配置、组织管理等核心议题，推动图书馆传统文化阅读资源的跨区域、跨系统共享和整合利用，形成多载体、多种类的专题文献资源集合。通过着力构建多元主体参与的开放共享与长效机制，形成社会合力，共同推动图书馆传统文化阅读推广的常态化发展，发挥资源的集群效应。二是读者参与。树立读者的阅读需求是图书馆传统文化阅读资源建设和图书馆阅读服务发展的出发点和归宿的基本理念，始终坚持“读者第一”的原则，尽力打造结构合理的图书馆传统文化特色馆藏体系，保持相当的收全率与专深度，形成研究级、学习级、基础级并存的阅读推广资源体系；力求文献的多样性，以各种文献形式（图书、影像、音像、电子书、数据库、网络资源），给读者提供更多、更自由的阅读选择，引发读者的共鸣，满足读者对传统文化的个性化阅读需求[66-68]。

4.2 传统文化阅读指导

如何提升图书馆员的专业性？目前，图书馆传统文化阅读推广最突出的问题就是缺乏传统文化的专业人才，缺少专业的方法，对于许多图书馆来说，传统文化阅读指导太少、太贫乏、水平太低，远远跟不上读者的需要[66]。图书馆员的专业性决定着图书馆传统文化的推广力，具体表现在两个方面：①对读者的了解。图书馆读者的阅读是自由的，读者对文献的选择权是值得尊重的，然而图书馆员还是有责任进行引导，或者说指导、辅导，这种引导是专业性意见，是图书馆员专业特长和职业责任。好的图书馆应是读者和馆员共同构建的动态知识库[69]。重视阅读调查研究，通过问卷、访谈、图书馆后台借阅数据分析等方式，全方位了解读者，才能更好地践行全心全意为读者服务的宗旨，才能赢得读者的信任与支持。图书馆员对读者的传统文化阅读状况、阅读需求、阅读兴趣了解的越清楚，开展服务与推广就越具有针对性，越能更好地满足读者的阅读需求，提高读者满意度，激发读者阅读传统文化的兴趣。②对传统文化资源的了解。传统文化阅读推广不能只是简单罗列书目名称，要对经典的成书、主要内容、主要思想进行阐释，深入而系统地剖析它们在中国历史上的地位和影响，挖掘出传统经典的核心精神与思想精华，编制出传统文化的导读书目，要让读者一看导读书目就能了解图书馆有哪些传统文化经典，明白这些传统文化经典的核心内容及时代意义，选择适合自己的经典阅读。萧乾认为作品价值的起点在被人阅读。这中间需要一座桥梁，促使作品与读者接近。图书介绍和图书评论应该成为传统文化阅读推广馆员的重要业务能力。图书评论比图书介绍的内容更深刻，更具倾向性，在阅读推广中具有重要意义。应重视馆员书评研究，深度推进传统文化阅读推广。馆员书评旨在推广和提高文化，是一个有效的传统文化阅读推广形式，是图书馆馆员通过对馆藏书籍进行精读之后，对书籍进行描述和评论，引导、辅助读者在阅读中有所发现，实现读者与书的反馈交流[70]。馆员书评体现图书馆员的专业性，实现读者与传统文化图书典籍的沟通交流，而馆员书评的质量取决于馆员的传统文化素养，图书馆应组建传统文化阅读推广的专业团队，团队成员要有不同专业背景：古典文献、古代思想史、心理学、教育学等；团队成员要热爱中国传统文化，懂得传统文化，研究传统文化，不断提高自己的传统文化素养和阅读素养，成为图书馆学家谢拉希望的“智力建筑师”和“花环的编辑者”、不仅爱书而且热爱真理的学者[71]。唯有如此，才能赢得读者的信任。

4.3 传统文化阅读形式

如何增强传统文化吸引力？重视微媒体阅读推广研究：①读者喜欢微媒体。中国新闻出版研究院发布

的第十五次全国国民阅读调查数据显示,2017 年我国成年国民数字化阅读方式(网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、Pad 阅读等)的接触率为 73.0%,较 2016 年的 68.2% 上升了 4.8 个百分点,有声阅读成为国民阅读新的增长点,2017 年,我国有两成以上的国民有听书习惯,移动有声 APP 平台已经成为听书的主流选择[72]。调查结果表明,数字化阅读已经成为国民主要的阅读方式。以微博、微信为代表的微传播已经深入到人们生活的方方面面,深刻影响着人们的阅读方式、思维方式以及理解方式。②生态阅读推广空间。微媒体阅读推广具有典型的生态性:推广速度高效、迅捷;推广方式自由、中立;推广效果强大、互动。媒体传播的起源及最高境界,并不是指智力信息的传递,而是建构并维系一个有秩序、有意义、能够用来支配和容纳人类行为的文化世界[73]。微媒体不仅仅是一种技术,同时也是一种文化形态。静止、久远、古老的传统经典和互动、时尚、快捷的微媒体有机结合,重新焕发出生机与活力[74]。读者在这个生态阅读空间里会充分享到受图书馆高效、快捷的阅读服务,还可以完全根据自己的阅读需求和阅读兴趣来选择阅读内容,体验到真正的阅读自由。阅读推广选择读者喜欢、经常使用的阅读媒体,才能提高传统文化的吸引力,提高读者对传统文化以及推广形式的认同感。图书馆应该使传统文化资源数字化,充分利用最新的交流平台,实行多元化的推广方式,使得传统文化的传播与推广与当代文化相适应,与现代社会相协调,与人们兴趣相结合,与现代传媒相结合,真正实现阅读推广活动的使命,引导不阅读的人感受阅读的乐趣,训练不善于阅读的人学会阅读,帮助有阅读困难的特殊人群,服务全体读者,让所有读者更加高效、便利地阅读[75 - 76]。

参考文献:

[1] 冯思淇. 论习近平同志的传统文化观[J]. 毛泽东思想研究,2015(2):76 - 79.
[2] 董鸿根. 论习近平的传统文化观[J]. 思想政治工作研究,2014(9):6 - 7,17.
[3] 中华人民共和国中央人民政府. 中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》[EB/OL]. [2018 - 01 - 25]. http://www.gov.cn/zhengce/2017-01/25/content_5163472.htm.
[4] 习近平. 决胜全面建成小康社会夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[EB/OL]. [2018 - 03 - 10]. http://www.gov.cn/zhuanti/2017-10/27/content_5234876.htm.
[5] 朱耀庭. 中国传统文化通论[M]. 北京:北京大学出版社,2005:5.
[6] 楼宇烈. 中国的品格[M]. 海口:南海出版社,2009:3.
[7] 黄高才. 中国文化概论[M]. 北京:北京大学出版社,2011:16.
[8] 李宗桂. 中国优秀传统文化[J]. 学术研究,2013(11):35 - 39.
[9] 张岱年,程宜山. 中国文化精神[M]. 北京:北京大学出版社,2015:150.
[10] 张岱年. 张岱年全集 第七卷[M]. 石家庄:河北人民出版社,1996:321.
[11] 张岂之. 中华文化的会通精神[M]. 长春:长春出版社,2016:262.
[12] 钱穆. 文化与教育[M]. 北京:九州出版社,2014:15.
[13] 吴晞. 任务、使命与方向:图书馆的阅读推广工作[J]. 图书馆杂志,2014(4):18 - 22.
[14] 杨文祥. 图书馆、人的精神、人类文明的内在联系当代图书馆学的责任、使命与发展方向[J]. 图书馆,2014(4):8 - 12,17.
[15] 肖雅敏. 高校图书馆基于传统文化阅读推广策略的调研与思考[J]. 办公室业务,2018(5):170 - 171.
[16] 夏明宇. 诗词吟诵与阅读推广——以上海大学图书馆诗词吟诵展演活动为例[J]. 图书馆杂志,2018(3):70 - 74.
[17] 杜定友. 图书馆通论[M]上海:商务印书馆,1926:13.
[18] 全国人民代表大会. 中华人民共和国公共图书馆法[EB/OL]. [2017 - 11 - 04]. http://www.npc.gov.cn/ npc/xinwen/2017-11/04/content_2031427.htm.
[19] 雷辉,刘阳,王轩. 基于微信的公共图书馆传统文化阅读推广影响因素研究——以尼山书院微信公众平台为例[J]. 山东图书馆学刊,2018(1):36 - 40.
[20] 钱穆. 人生十论[M]. 北京:九州出版社,2012:64.
[21] 李超杰. 哲学的精神[M]. 北京:商务印书馆,2013:4.
[22] 周肖晓. 公共图书馆阅读推广中的中国传统文化建设策略[J]. 图书馆学刊,2016(3):25 - 28.
[23] 董成雄. 中国优秀传统文化的系统解读和传承建构[D]. 厦门:华侨大学,2016.
[24] 陈海珠,秦嘉杭,胡唐明,等. 基于文化传承视角的高校图书馆经典阅读推广新思路——以雕版印刷技艺展演进校园为例[J]. 大学图书馆学报,2015(5):64 - 68.
[25] 王晓,胡丽文. 经典阅览室:高校图书馆阅读推广的可取形式——以河北科技大学图书馆"红色经典阅览室"为例[J]. 出版广角,2017(3):33 - 35.
[26] 章文君. 中国文化的当代意义与世界走向[M]. 北京:中国社会科学出版社,2012:17.
[27] 金鑫荣. 发挥中华优秀传统文化在全民阅读中的主导作用[J]. 中国出版,2017(15):30 - 33.
[28] 郭文玲. 网络环境下大学生文学纸本阅读状况调查分析[J]. 情报探索,2013(9):46 - 50.
[29] 戴莹,杜叶龙,周玉艳. 基于图书榜单的高校图书馆经典阅读推广研究[J]. 图书馆工作与研究,2018(3):111 - 115.
[30] 蔡思明,马德静. 诗书从来继世长——以江苏知名高校图书馆的阅读推广为例[J]. 新世纪图书馆,2015(4):18 - 22.
[31] 王余光,郑丽芬. 图书馆社会教育职能的回归:以经典阅读推广

为途径[J]. 图书情报研究,2014(2):1-6.
[32] 吕素娟,马露奇. 数字人文背景下高校图书馆经典阅读推广的常态化研究[J]. 农业图书情报学刊,2016(10):151-154.
[33] 王宇,刘偲偲. 经典阅读:图书馆阅读推广的永恒主题——以沈阳师范大学图书馆为例[J]. 图书情报工作,2017,61(6):11-15.
[34] 何洋,王正. 打造图书馆传统文化阅读推广的新模式——以古诗词吟唱公开课为例[J]. 图书馆建设,2018(7):80-84.
[35] 王宇,刘偲偲. 地域文化视角的图书馆阅读推广创新——以沈阳师范大学图书馆为例[J]. 大学图书馆学报,2017(5):94-100.
[36] 郭文玲. 基于微博平台的高校图书馆阅读推荐调查分析[J]图书馆杂志,2017(4):47-53.
[37] 张岩. 从经典阅读到返本开新的文化建设——以深圳图书馆"南书房"经典阅读空间为例[J]. 图书馆论坛,2016(1):61-66.
[38] 曹洁冰. 同济大学图书馆新型传统文化传承基地——"闻学堂"[J]. 同济大学学报(社会科学版),2013(5):25.
[39] 彼得森. 打开积极心理学之门[M]. 侯玉波,王非,译. 北京:机械工业出版社,2016:55.
[40] 查颖. 阅读与大学生发展的关系研究[D]. 上海:华东师范大学,2017.
[41] 张岂之. 大学文化素质教育与中华优秀传统文化[J]. 中国大学教学,2014(9):1-6. 10
[42] 张筠. 经典阅读现状的应对路径回归原典[J]. 图书情报工作,2013,57(13):44-48.
[43] 何官峰. 大学生经典阅读推荐书目研究[J]. 大学图书情报学刊,2014,32(6):28-33.
[44] 王余光. 百年来学人回答:为什么要读经典[J]. 图书馆杂志,2014(4):23-26.
[45] 王余光,王媛. 高校图书馆设立经典阅览室与经典教育[J]. 大学图书情报学刊,2014,32(6):5-10.
[46] 李久艳,梁益铭. 高校图书馆经典阅读推广研究——以中山大学图书馆阅读推广模式为例[J]. 图书馆研究,2016(3):76-80.
[47] 柯平. 得其门而入——阅读四类名著[J]. 图书馆,2014(3):98-101.
[48] 李文彬,黄卫华. 缘由、方法与回归——谈大学生经典阅读[J]. 新世纪图书馆, 2012(11):90-92.
[49] 王余光. "家中藏书不必多,而选择必精"——当代"书香之家"的构建与图书馆阅读[J]. 图书馆杂志,2013(4):12-15,27.
[50] 伍尔芙. 伍尔芙读书随笔·关于读书的自由与限制[M]. 刘文荣,译. 上海: 文汇出版社,2006: 3.
[51] 吴晞. "伪阅读"及其他[J]. 图书馆论坛,2016(11):37-40. 47.
[52] 韩春平,牛勇,孙林. 数字环境下的大学生传统文化阅读——以高校图书馆为语境[J]. 图书与情报,2013(4):124-126.
[53] 严峰. 从馆员书评开始,引领全民阅读的深入[J]. 新世纪图书馆,2014(1):15-18,32.
[54] 侯国柱,宋艳. 公共图书馆传统文化阅读推广研究——以吉林省图书馆阅读推广活动为案例[J]. 图书馆学研究,2016(9):86-89.
[55] 孙英月. 充实高校图书馆阅读推广内容浅析——以经典著作中的嗜读情节为切入点[J]. 大学图书情报学刊,2017,35(2):13-18.
[56] 李园园. 高校图书馆阅读推广机制研究——以同济大学图书馆立体阅读为例[J]. 图书馆学研究,2014(7):85-89.
[57] 田磊. 关于图书馆阅读推广几个问题的思考[J]. 国家图书馆学刊,2016(2):96-101.
[58] 杨毅. 图书馆经典推荐策略研究[J]. 高校图书馆工作,2016(1):17-19,41.
[59] 范并思. 阅读推广与图书馆学: 基础理论问题分析[J]. 中国图书馆学报,2014,40(5):4-13.
[60] 吴建中. 再议图书馆发展的十个热门话题[J]. 中国图书馆学报,2017,43(7):4-17.
[61] 栾雪梅. "微时代"的经典阅读推广策略[J]. 图书情报工作,2016,60(18):115-121.
[62] 傅伟. 公共图书馆引领大众经典阅读的思考[J]. 图书馆工作与研究,2015(6):89-93.
[63] 史珂. 当前中国传统文化传播存在的问题与对策研究[D]. 济南:山东师范大学,2018.
[64] 徐建华,王晴. 我国全民阅读理论与实践研究进展[J]. 图书情报工作,2018,62(12):98-107.
[65] 马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集第一卷[M]. 北京:人民出版社,1965,120-121.
[66] 秦志华. 弘扬经典 亲近阅读——南京图书馆经典阅读推广活动探析[J]. 新世纪图书馆,2014(1):23-26.
[67] 任国祥. 主题图书馆资源建设的深化与创新[J]. 图书馆杂志,2014(6):66-69.
[68] 吴晞. 图书馆阅读推广的若干热点问题[J]. 图书馆,2015(12):31-33.
[69] 屈菡. 图书馆转型之路——从"书本位"到"人本位"[N]. 中国文化报,2012-07-23(2).
[70] 徐雁. "馆员书评"与"在馆书评人"——以《图书评论与阅读推广》为语境中心[J]. 高校图书馆工作,2018(2):45-47.
[71] 谢拉. 图书馆学引论[M]. 张沙丽,译. 兰州:兰州大学出版社,1986:75-79.
[72] 中国新闻出版研究院. 第十五次全国国民阅读调查成果发布[EB/OL]. [2018-04-24]. http://ex.cssn.cn/wx/wx_zjft/201804/t20180424_4211682.shtml.
[73] 凯瑞. 第一章 传播的文化研究取向[C]//作为文化的传播——"媒介与社会"论文集. 丁未,译. 北京:华夏出版社,2005:7.
[74] 李子嘉. 论新媒体对传统文化传播的影响[J]. 中华文化论坛,2015(9):154-159.
[75] 习近平. 习近平谈治国理政 第一卷[M]. 北京:外文出版社,2014:161.
[76] 吴晞. 图书馆在全民阅读中的重要作用及其阅读推广功能[J]. 图书馆杂志,2016(3):13-14.

Current Situation and Analysis on the Promotion of Library Traditional Culture Reading in China

Guo Wenling
Library of Zhengzhou University, Zhengzhou 450001

Abstract: [**Purpose/significance**] It is of great significance for libraries to grasp the status quo, hot spots and existing problems of the study on the promotion of traditional culture reading. [**Method/process**] Based on the definition of traditional culture connotation, this paper systematically combs the present situation of library traditional culture reading promotion research by using keyword frequency statistics and co-occurrence network analysis method, and through content analysis, analyzes library traditional culture reading promotion research from the promotion subject, promotion content, promotion object and promotion means. [**Result/conclusion**] The research on the promotion of traditional culture reading in libraries is on the rise, but there are some differences. The current research hotspots are the mission and responsibility of libraries, the significance of the promotion of traditional culture reading, the promotion strategies, the reading methods and contents of traditional culture, and the problems existing in the promotion of traditional culture reading. In view of the limitations and shortcomings of the existing research, this paper proposes that future research should be carried out from the three dimensions of the combination of readers, traditional culture and libraries, starting from the readers' reading interest, to study the reading resources of traditional culture, the reading guidance of traditional culture and the reading forms of traditional culture.

Keywords: library traditional culture reading promotion

《图书情报工作》杂志社关于学术不端的通告

发表在《图书情报工作》2019 年第 63 卷第 9 期第 144 - 150 页的《美国城市图书馆移动服务现状和策略调查与分析》一文(以下简称"该文"),经查,该文涉嫌抄袭、伪造数据、购买非法窃取的数据、伪造合作者单位等严重学术不端行为。经调查和研究,根据《 < 图书情报工作 > 关于进一步加强对学术不端惩戒的公告》,《图书情报工作》杂志社拟对该文及作者采取以下处理办法:

1 通告。在《图书情报工作》官方网站(www. lis. ac. cn)、官方微博(weibo. com/lis1956)、官方微信(lis1956)及相关媒体和渠道发布处理通告。

2 撤销此文。通告发布当日即从《图书情报工作》官方网站(www. lis. ac. cn)、清华同方知网(www. cnki. net)正式撤销此文。

3 列入黑名单。该文所有作者列入《图书情报工作》黑名单,永不接受向本刊及其子刊投稿。

4 道歉。该文作者需在通告发出十日内向原数据拥有者和作者郑重道歉并自行承担由此给原数据拥有者和作者带来的损失。

《图书情报工作》杂志社

2019 年 6 月